

RICARDO COCCO

ricardo.cocco@ufsm.br

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO/RS/BRASIL

INTERFACES ENTRE OS MÉDIA E A EDUCAÇÃO: TERRITÓRIOS DISCURSIVAMENTE COMPARTILHADOS E ESPAÇOS DE PRODUÇÃO DE SENTIDOS

RESUMO

O texto parte do pressuposto de que os média representam, nas sociedades contemporâneas, não somente fontes de informação, mas mediadores pelos quais os sujeitos, em grande medida, vêm se relacionando, compreendendo e significando o que os cerca. Eles, não tendo o monopólio da informação, coexistem com outras instâncias formativas e compõem um rol de mediações através e com as quais damos inteligibilidade ao mundo. De modo semelhante ao que ocorre no âmbito das práticas pedagógicas escolares, os média se dirigem a alguém, exprimem uma ideia/conteúdo, mas, além disso, configuram-se como espaços onde significados e sentidos são negociados e narrativas são produzidas. Este ensaio fundamenta-se em um estudo teórico, de caráter bibliográfico, a partir do qual lançamos olhares para o campo da comunicação sob um viés pedagógico. Sugere-se que os média, encarados como mediadores de sentido, podem ser compreendidos e analisados sob a perspectiva da produção e negociação de significados instaurados pelo discurso, pela palavra. Eis o que entendemos como sendo um ponto de convergência com a questão educacional. Comunicação é um processo sociocultural e semiótico que se dá a partir de uma construção partilhada, coletivamente situada, sob uma heterogênea pluralidade de vozes antagônicas, rivais, plurais, cambiantes, polifônicas e heteróglotas, permeadas pela hegemonia e resistência e marcadas por um universo histórico-social e ideológico. O texto ancora-se nos estudos de Mikhail Bakhtin (2009, 2013), para o qual o sentido que emana da linguagem é resultado de uma luta (dialogismo) de diferentes vozes (polifonia) que se dá no interior de um processo de comunicação interativa e dialoga com Martín-Barbero (1997, 2000) que considera os média não apenas como meios de transporte de pontos de vista e/ou comunicados, mas espaços de mediação onde se negociam sentidos e significados num jogo permanente e infinito em que a linguagem configura-se como o lugar dessa construção.

PALAVRAS-CHAVE

Média; educação; produção de sentidos

PALAVRAS INICIAIS: UMA INTRODUÇÃO

O texto parte do pressuposto de que os média representam, nas sociedades contemporâneas, não somente fontes de informação, mas mediadores pelos quais os sujeitos, em grande medida, vêm se relacionando, compreendendo e significando o que os cerca. Eles, não tendo o monopólio da informação, coexistem com outras instâncias formativas e compõem um rol de mediações através e com as quais damos inteligibilidade ao mundo. Os média, muito presentes no processo de difusão de informações e hábitos, elaboração e apreensão de novas ideias, produção de sentidos, troca de conteúdos e mensagens fomentam espaços de socialização, relacionamento, interação e exercem, ao mesmo tempo, um papel de interlocutores sociais e educativos. Pensados nesta perspectiva, eles constituem-se como espaços privilegiados de aprendizagem não-formal na medida em que são agentes de produção de um número imensamente significativo de informações, valores, símbolos e significados que co-participam junto aos indivíduos na organização de suas vidas e suas idéias, a formarem suas opiniões ou oferecendo ferramentas para compreender, se adaptar ou transformar o seu mundo.

Nesta reflexão, partimos de um conceito ampliado de média, compreendidos aqui “como todo o aparato simbólico e material que se dedica deliberadamente à produção de mercadorias de caráter cultural e simbólico” (Setton, 2015, p. 7) e que participa na formação identitária e cognitiva dos indivíduos na atualidade. Como ponto de partida assinalamos a centralidade dos média na vida das pessoas enquanto lugares de produção e circulação de saberes e que condicionam e influenciam, juntamente com a escola e outros agentes de socialização, o processo de formação do indivíduo.

Este ensaio fundamenta-se em um estudo teórico, de caráter bibliográfico, a partir do qual pretendemos lançar olhares e propor (não impor) interpretações a fim de ampliar a compreensão do campo da Comunicação, neste nosso intento, sob um viés pedagógico. Entendemos que, de modo similar ao que ocorre no âmbito das práticas pedagógicas escolares (obviamente resguardando as vicissitudes e especificidades de cada espaço), os média se dirigem a alguém, exprimem uma ideia/conteúdo, têm intenção de transmitir, divulgar conhecimentos, mas, além disso, configuram-se como espaços onde significados e sentidos são negociados e narrativas são produzidas. Entender não somente os impactos das novas e convencionais formas de média e os processos de socialização e formação por elas incorporados e mobilizados, mas também o seu papel pedagógico é de fundamental importância, no momento em que os indivíduos estabelecem

uma relação quase que ubíqua com as tecnologias da informação e comunicação, adicionando-as de modo quantitativo e qualitativo ao seu universo pessoal e social.

EDUCAÇÃO E OS MÉDIA: UM DIÁLOGO POSSÍVEL E NECESSÁRIO

Pressupondo que toda ação educativa é uma ação sócio-interativa e comunicativa que exige envolvimento e inter-relação, assim como toda prática mediática é um ato de mútua-ação, a aprendizagem em espaços formativos escolares e não escolares implica na própria formação do sujeito, tendo na informação, no conhecimento e na produção de sentidos e narrativas de mundo, seus eixos centrais. Compreender a cultura mediática sob a perspectiva da formação do sujeito, a partir de práticas discursivas e da produção de sentidos, pode ser uma pista para compreender a cultura pedagógica e o inverso também pode ser verdadeiro. Educação e comunicação, nessa perspectiva, são fenômenos e componentes inseparáveis e complementares de um amplo e complexo processo: o da aprendizagem e da formação humana.

Parece-nos evidente que, assim como a escola, os média igualmente ensinam, ainda que não de forma deliberada, intencional ou sistemática. A prática de produzir e transmitir (selecionar, elaborar, narrar e distribuir) conhecimentos ou valores em forma de mensagens e práticas discursivas a que os média se propõem constituem-se numa ação pedagógica, ou seja, enquanto comunicam ou negociam sentidos e valores o fazem em um diálogo com quem recebe e a quem são direcionados os comunicados num jogo em que a palavra enunciada, sob forma de signo, adquire significados para os que estão mobilizados no processo. A realidade inteligível é atravessada pela escola e pelos média. Assim, a escola (que perde o *status* de ser o único lugar de legitimação do saber pelo fato de que existe uma multiplicidade de saberes que circulam e outros espaços, difusos e descentralizados) e os média configuram-se como mediadores de sentidos, oferecendo, no campo da cultura, discursos que criam, consolidam ou difundem sentidos e que expressam idéias, posicionamentos e modos de pensar, bem como comportamentos que são considerados aceitáveis ou reprováveis dentro de um contexto histórico-social.

Da difusão descentralizada de saberes, possibilitada por um “ecossistema comunicativo”, emergem novas configurações culturais e novas formas de ver, de ler, de aprender e conhecer o mundo. Para Martín-Barbero a

diversificação e difusão do saber, fora da escola é um dos desafios mais fortes que o mundo da comunicação apresenta aos sistemas educacionais. O saber é disperso e fragmentado e pode circular fora dos lugares sagrados nos quais antes estava circunscrito e longe das figuras sociais que antes o administravam. (Martín-Barbero, 2000, p. 55)

Vivemos, do mesmo modo, numa época em que as tecnologias da informação e da comunicação estão em toda a parte. Esta presença ostensiva dos média traz consigo muitas possibilidades, “até contraditórias entre si, inclusive a de sufocar as pessoas pelo excesso de alcance de informações, assim como de libertá-las da desinformação e do isolamento” (Nascimento, 2009, p. 144). É impossível não admitir a presença dos discursos mediáticos em nossa forma de viver e pensar, na constituição polimórfica do sujeito, exposto e que vive sob a égide destas tecnologias.

Pensar os modos de produção e apropriação das mensagens mediáticas pressupõe igualmente discutir e analisar como ocorrem os processos educativos de uma maneira geral. Que tendências pedagógicas ou que “lógicas” pedagógicas estão presentes ou podem ser pensados a partir de experiências mediáticas, tendo em vista os processos culturais e histórico-sociais em que tais experiências estão inseridas? Em que medida o campo da Comunicação configura-se em espaço para experiências educativas e formativas?

Sugere-se, neste cenário, que os média, encarados como mediadores de sentido, podem ser compreendidos e analisados sob a perspectiva da produção e negociação de significados instaurados pelo discurso, pela palavra. Eis o que nos parece ser um possível ponto de convergência com a questão educacional.

Dito isso, a análise da cultura mediática e a compreensão da sua presença na configuração dos modos de pensar e ser dos indivíduos, bem como sua intervenção no processo de significação da realidade que o cerca, deve necessariamente levar em conta também as condições sócio-políticas e históricas de produção e consumo das mensagens nos contextos específicos de produção da cultura. “É preciso investigar o contexto da produção, é necessário observar as condições de difusão e recepção das mensagens, bem como o sentido/significado que assumem em determinadas circunstâncias” (Setton, 2015, p. 18).

Não se pode, a princípio, desta forma, pressupor que os média sejam politicamente neutros ou aprioristicamente afirmar que sejam socialmente maléficos ou benéficos. Ou depositar neles a esperança de que tenham

absoluto sucesso no seu intento de propiciar informações que reconheçam e explorem a complexidade das experiências humanas. O que se conhece é que, no século XX, o mercado global dos média é controlado por não mais do que 20 megacorporações multinacionais. Estas que, em certa medida, decidem o que a humanidade deve ou não saber, constroem boa parte da informação que circula no planeta, elaboram narrativas e dão determinada inteligibilidade ao mundo. Atuam como uma espécie de “guardiões” para o que entra na agenda dos debates públicos, ou seja, concentram boa parte daquilo que é produzido, distribuído e comercializado de notícias, cultura e entretenimento, o que pode ser constatado em quase todos os países. À medida que as corporações mediáticas se tornam ainda mais concentradas, centralizadas e globais em seu alcance, haverá razões para a preocupação de que o importante papel dos média como fórum para o discurso polifônico, para a expressão democrática e para o debate informado, seja restringido. Isto pode representar um atentado ao pluralismo de ideias, à participação dos sujeitos na constituição do ambiente e dos discursos públicos, tão imprescindíveis às sociedades democráticas e capazes de apontar para as diferentes possibilidades de escolha e formação do indivíduo livre.

Tal diagnóstico indica que este modelo concentrado de média tem potência para obstruir os espaços de diálogo público, contribuindo, de certa maneira, para que as escolhas dos sujeitos por determinados modos de vida sejam alienadas e irreflexivas, assim consolidando biografias não coerentes e nunca (ou nem ao menos minimamente) revisadas. Os média, nestas condições, ofertar-nos-iam uma pseudo-esfera pública, criando um ambiente de triviais relações públicas ao invés de serem geradores de um genuíno debate público.

Em qualquer esforço de análise dos média não se pode furtar da necessidade de levar em conta esta concentração econômica dos meios e a sua organização em torno do poder ideológico, político e cultural. É preciso considerar as condições de produção visto que boa parte da recepção está de alguma forma condicionada, tocada ou orientada pela produção tanto em termos econômicos, mas ainda em termos narrativos ou semióticos. Quem produz? Que mensagens e discursos são produzidos? Com qual intencionalidade? Quem controla ou orienta os que produzem as mensagens vinculadas pelos *mass media*? A quem se destinam e sob quais lógicas trabalham?

No entanto, nem mesmo o que podemos chamar de dominação mediática é completa, tendo em vista que a própria produção dos *mass media* se dá a partir de uma complexa rede de signos ideológicos situados

no interior de ambientes múltiplos, onde tendências e posicionamentos disputam a supremacia. Os média são constituídos por participantes criativos, funcionários e audiência, que podem resistir, pressionar, enfim, deco-dificar e não apenas reproduzir ou retransmitir o que está dado.

Por outro lado, significativos estudos de audiência e de recepção (Martin-Barbero, 1997; McLuhan, 1964), bem como os esforços empreendidos nesta seara pelos Estudos Culturais (Thompson, 2000) já apontaram numa perspectiva crítica à comunicação para o fato de que os consumidores são espectadores mais ativos do que se imaginava, podendo rejeitar, modificar e reinterpretar os produtos mediáticos. Os média são vistos no processo de interação social. Tal perspectiva sugere que as mensagens dos meios são polissêmicas e a audiência é sempre ativa, portanto o que é vinculado pelos média não é algo absoluto ou permanente para sempre nos receptores, mas eles apenas são orquestradores ou dão algum tom nas disputas ou discussões aparentemente como um cenário possível dentre os demais. Tal contradição é evidenciada nestes estudos, que, claramente, mostram o espaço cultural existente entre aquilo que se diz e aquilo que quem ouve se apropria ou a maneira como em situações específicas interpreta. “Assim como o professor, os *media* (quem os controla ou quem se serve deles), não sabem como sua intenção, suas ideias, desejos e projetos se realizarão” (Setton, 2015, p. 9). Ao comunicarem algo, mesmo que os interesses ou os objetivos a que elas se propõem manifestamente (ou não) estejam presentes nas mensagens selecionadas e mesmo calculadas estrategicamente a partir de expedientes organizados que procuram prever como ou com que intensidade ou mesmo o que estas poderiam mobilizar no receptor, jamais saberão ou se controlará como elas foram compreendidas, apropriadas e interiorizadas pelos indivíduos.

Comunicar não é fazer chegar uma informação, um conteúdo já pronto, já construído, de um pólo ao outro, de forma linear, unidirecional. É um processo sociocultural, relacional e de produção de sentidos que se dá a partir de uma construção partilhada, coletivamente situada, sob uma heterogênea pluralidade de vozes (permeadas pela hegemonia e resistência) em cada cultura. Os envolvidos na interação verbal e na produção dos discursos, dentre eles os mediáticos, não são passivos, mas participantes ativos e criativos, recebem e produzem tais conteúdos. Produção e recepção, constituídas por uma multiplicidade de vozes antagônicas, rivais, plurais, cambiantes, polifônicas e heteróglotas, marcadas por um universo histórico-social e ideológico, configuram-se como espaços de criação interpessoal de significação e ressignificação.

O fenômeno dos média necessariamente deve ser visto como um fenômeno comunicativo, ou seja, um tipo de relação social que implica um diálogo constante entre emissor e receptor direta ou indiretamente. Para Martín-Barbero (2000), mesmo considerando os condicionantes estabelecidos pelos grupos economicamente dominantes, principais grupos produtores das mensagens mediáticas, é preciso considerar, por outro lado, que a recepção é um lugar de criação, constitui-se como espaço de resignificação, e espaço ou possibilidade de transformação dos significados oferecidos pelos média. Ele entende que os média não são apenas meios de transporte de pontos de vista e/ou comunicados, mas espaços de mediação onde se negociam sentidos e significados num jogo permanente e infinito em que a linguagem configura-se como o lugar dessa construção, e a palavra, constitui-se como território comum entre o locutor e o interlocutor, a ponte onde transitam as significações (Martín-Barbero, 1997). Esta perspectiva estabelece um rompimento com um modelo em que comunicar é fazer chegar uma informação, um significado já pronto, já construído, de um pólo ao outro. A produção, difusão e recepção fazem parte de um complexo processo de criação numa cultura mediaticamente mediada tecnologicamente.

Os processos comunicativos e mediáticos não se fundam na mensagem, mas nos modos de interação que o próprio meio possibilita ao receptor, o que implica em processos educativos e formativos, visto o envolvimento dos sujeitos no processo de produção de enunciados e significados de mundo e, por consequência, na constituição, de si próprios. A relevância pedagógica dos média reside na circulação de discursos onde a produção e recepção configuram-se como espaços de criação e possibilidade de significação, resignificação e transformação de significados oferecidos pela produção e pela cultura mediática. Neste cenário de interação verbal e produção de sentido, constituído a partir de lutas e ou aceitação, resistência ou transformação dos significados das mensagens, desencadeia-se um processo interpretativo, atravessado pelos média e pela escola, duas das principais instituições que reúnem e dinamizam as negociações entre diversas lógicas culturais.

O que nos parece ser o fato primordial a ser discutido é que tanto os média quanto as práticas pedagógicas institucionalizadas (escolares) podem ser compreendidas, à sua maneira, à luz das interações verbais e da produção de sentidos que nelas e através delas ocorrem. Para além da capacidade de selecionar ou agendar o que devemos discutir e conhecer do cotidiano, é também pela mediação da escola e dos média que o mundo

que conhecemos é traduzido e significado. Ou seja, estes espaços correm com o indivíduo na significabilidade do mundo. Não são apenas meios de informação ou transmissores de significados, mas constituem-se em espaços de interação onde sentidos são produzidos, construídos e reconstruídos, e onde sujeitos se encontram a fim de travar uma disputa pela interpretação do mundo e de si próprios.

Mikhail Bakhtin (2009, 2013), sem mencionar diretamente o fenômeno da comunicação de massa, nos oferece a partir de sua teoria da linguagem, uma perspectiva sob a qual é possível compreender e analisar as contribuições dos média aos processos de significação, precisamente por causa dos aspectos dialógicos dos textos mediáticos. Os média poderiam ser vistos, desse modo, como um texto onde a ênfase recai na construção de significados no interior de comunidades interpretativas. Ou também como um terreno de cursos conflitantes e vozes rivais e cambiantes atravessado por múltiplos discursos, onde qualquer ato de troca verbal ou cultural tem a potencialidade de transformar ambos os interlocutores. Os média, desse modo, podem ser encarados como mediadores de sentido, de forma que produção e recepção, emissor e receptor, ensinante e aprendente constituem-se como partes de um processo de produção de significados em que os sujeitos se encontram envoltos e imersos.

O sentido que emana da linguagem é resultado de uma luta (dialogismo) de diferentes vozes (polifonia) que se dá no interior de um processo de comunicação interativa. Todo o discurso, texto, palavra ou enunciado deve ser entendido a partir de sua natureza complexa e heteróglota. Bakhtin aponta para uma polifonia essencial presente em todas as formas de comunicação, o que também pode ser percebido nos discursos mediáticos. A linguagem não é falada no vazio, mas numa situação histórica e social, e por sujeitos que interagem uns com os outros e com o mundo. Os diversos discursos presentes no diálogo não excluem um ao outro, mas, em vez disso, entrecruzam-se.

Para analisar e compreender os processos de produção de sentidos é imprescindível e se faz notória a necessidade de se considerar os contextos sociais e culturais, a posição e as relações de poder que se estabelecem no entorno do enunciado, do enunciator e do interlocutor, tendo em vista que os indivíduos envolvidos nos processos de significação de mundo e de si mesmo têm suas vozes marcadas por um universo histórico, social e ideológico. Primeiro porque são os contextos extraverbais dos enunciados que permitem que estes sejam compreendidos pelos participantes do processo interativo, cenário onde a troca linguística é tornada possível. Segundo,

porque a intertextualidade constitui-se como o princípio do diálogo comunicativo. Há um contexto ilimitado que interage com o texto, com os discursos e os modificam. O extratexto constitui-se como uma trama rica em vozes, que não se fundem numa única consciência e sim, existem em diferentes registros, gerando um dinamismo dialógico entre si. Atos de fala e seu produto, a enunciação, não são considerados em si como individuais, mesmo que o locutor seja o proprietário inalienável de sua palavra (pelo menos no momento de sua materialização fisiológica). A realização da palavra como signo social constitui-se enquanto fenômeno histórico e dinâmico a partir de um horizonte social que dá forma à enunciação. O centro de organização de toda a enunciação está situado no meio social em que estão envolvidos os sujeitos. A enunciação é o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e que, por mais significativa e completa que seja, constitui apenas uma parte de uma corrente de comunicação verbal, e por isso ideológica, ininterrupta, que responde a alguma coisa, refuta, confirma, antecipa as respostas e objeções potenciais, procura apoio, interlocutores e que se apresenta sob diversas formas, inclusive sob forma de produtos midiáticos (Bakhtin, 2009).

O enunciado desde sempre é produzido a partir de um lugar social e histórico, no qual emerge seu significado. Não são determinados teoricamente, mas tendo como horizonte o sistema cultural e dialógico no qual eles ocorrem. A situação se integra ao enunciado como parte constitutiva essencial da estrutura de sua significação. O não-dito compõe o enunciado como parte constitutiva da sua estrutura de sentido. A enunciação tem uma natureza sócio-histórica e se dá inevitavelmente numa interação, ou seja, pressupõe o outro, e um mundo concreto. Todo o enunciado igualmente é um diálogo com o passado, com o presente, com o que já foi dito, com as expectativas que antevêem um futuro, de forma que nenhuma enunciação pode ser compreendida fora de uma situação concreta. Portanto, são muitas as vozes presentes no enunciado, que por seu turno é sempre situado, e por isso, contingente, histórico, e permeado tanto pela hegemonia quanto pela resistência. Dado o papel determinante do lugar onde vemos, todo o discurso é sempre uma situação. Neste sentido é necessária e produtiva a noção do outro que constitui a atividade discursiva do autor do enunciado.

O discurso do sujeito é sempre permeado por outras vozes autoras e se constitui como material simbólico na atividade do diálogo entre o autor, o ouvinte e o extratexto. Aquilo que falamos, ou o que é comunicado por vias tecnológicas, mediáticas, é apenas o conteúdo do discurso, mas o discurso de outrem pode entrar no discurso como uma unidade integradora

de sua constituição. Afirmar Yaguello, nas notas introdutórias ao texto *Marxismo e Filosofia da Linguagem* de Mikhail Bakhtin (2009, p. 180), desta maneira, a comunicação e o que resulta dela em termos semióticos “implica conflitos, relações de dominação e de resistência, adaptação ou resistência a hierarquias, utilização da língua pela classe dominante para reforçar seu poder, etc”. A enunciação, a fala e a linguagem estão intimamente ligadas às condições de comunicação que, por sua vez, estão ligadas às estruturas sociais. Toda a enunciação é elemento de um diálogo, de natureza social e, portanto, ideológica. Signo e situação social estão umbilicalmente ligados e são expressões das relações e das lutas sociais, ao mesmo tempo que sofrem e veiculam os efeitos dessas lutas.

Para Bakhtin, a palavra, “deseja sempre a escuta, procura a compreensão respondente, e quer, por sua vez, responder à resposta, e assim *ad infinitum*; não se limita a uma compreensão que ocorre imediatamente, mas sempre vai além – de maneira ilimitada” (Boeno, 2003, p. 374). A linguagem é um produto vivo das relações sociais e das condições materiais e históricas de cada tempo. Além do mais, os significados que emanam da linguagem são resultados de uma luta de vozes (polifonia), que não é estática, pois a interação social é constante no processo de comunicação, numa ação entre sujeitos, entre falas (diversas vozes sociais), e, que no diálogo, negociam sentidos e significados. Quando o “eu” se anuncia, ou quando dele se anuncia algo, ou mesmo quando o eu anuncia algo, a enunciação já está marcada pelo outro numa relação de discursos. O dialogismo, para Bakhtin, diz respeito às diversas relações de alteridade existentes em qualquer discurso.

O papel dos outros, para os quais o enunciado se elabora é muito importante. Os outros, para os quais meu pensamento se torna, pela primeira vez, um pensamento real – e, com isso, real para mim – não são ouvintes passivos, mas participantes ativos da comunicação verbal. (Bakhtin, 1992, p. 320)

O dialogismo é a condição do sentido do discurso, da tensão insuperável e mobilizadora pela busca da compreensão e núcleo fundante do sujeito livre e reflexivo.

PALAVRAS FINAIS: O DIALÓGICO DOS MÉDIA

Por fim, portanto, nesta abordagem dialógica dos média, não se pode pressupor que há um discurso dado, uma significação pré-determinada,

nem ao menos sujeitos fixos, essenciais ou inflexíveis, mas em processo de formação numa esfera social onde se encontra o universo da palavra. Desta maneira, o sentido do enunciado, do discurso é dado pelo seu uso e não teoricamente. O diálogo é o elemento determinante na criação do conteúdo, no processo de produção e recepção.

A significação não está na palavra nem na alma do falante, assim como também não está na alma do interlocutor. Ela é o efeito da interação do locutor e do receptor produzido através do material de um determinado complexo sonoro. (Bakhtin, 2009, p. 137)

O espectador não é um assistente passivo, nem tampouco o enunciador o é, mas exercem ambos uma atividade participativa no processo de construção do sentido, ora aceitando, rejeitando ou modificando aquilo que lhe é oferecido, modificando igualmente os seus discursos e a si mesmo num processo de formação ininterrupto e complexo. Ora, o destinatário ajuda a compreender a composição e participa na produção dos significados dos discursos deixando sua marca na enunciação. O autor, participante igualmente do diálogo, por sua vez, não é passivo e não possui o controle do que enuncia, visto que não há como dizer que aspecto do discurso será captado e de que maneira o será pelo interlocutor. Logo, o enunciado não tem vida isoladamente, e não constitui um sistema fechado, morto, engessado, num mundo sem lutas ou mudanças.

Não se ignora, obviamente, a tentativa de grupos dominantes de impor um sentido, no entanto “mesmo as palavras mais poderosas têm que se defrontar com a ‘palavra’ de resposta do espectador e com o mundo de experiência” (Newcomb, 2010, p. 384). Esta perspectiva, portanto, pode nos ajudar a ampliar a compreensão dos média, pois nos oferece uma lente que permite compreender, a partir de uma perspectiva dialógica, processual e dinâmica, os processos mediáticos sem sacrificar a luta contra a dominação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bakhtin, M. (1992). *Estética da criação verbal*. SP: Martins Fontes.

Bakhtin, M. (2009). *Marxismo e Filosofia da Linguagem: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem*. São Paulo: Hucitec.

- Bakhtin, M. (2013). *Problemas da poética de Dostoiévski*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Boeno, N. (2003). Augusto Ponzio: como falar das às palavras. *Revista Polifonia*, 27, 355-387. Retirado de <http://periodicoscientificos.ufmt.br>
- Martín-Barbero, J. (1997). *Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.
- Martín-Barbero, J. (2000). Desafios Culturais: da comunicação à educação. *Comunicação & Educação*, 18, 51-61. Retirado de <http://www.revistas.usp.br/comeduc/article/view/36920/39642>
- McLuhan, M. (1964). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix.
- Nascimento, A. (2009). Educação e Comunicação: diálogos contemporâneos e novos espaços de reflexão. In A. D. Nascimento & T. M. Hetkowski (Eds.), *Educação e contemporaneidade: pesquisas científicas e tecnológicas* (pp. 133-158). Salvador: EDUFBA.
- Newcomb, H. (2010). Sobre aspectos dialógicos da comunicação de massa. In A. P. Goulart & I. Sacramento (Eds.), *Mikhail Bakhtin: linguagem, cultura e mídia* (pp. 359-388). São Carlos: Pedro & João Editores.
- Setton, M. (2015). *Mídia e Educação*. São Paulo: Contexto.
- Thompson, J. B. (2000). *Ideologia e cultura moderna. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes.

Citação:

Cocco, R. (2017). Interfaces entre os média e a educação: territórios discursivamente compartilhados e espaços de produção de sentidos. In S. Pereira & M. Pinto (Eds.), *Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 4.º Congresso* (pp. 182-193). Braga: CECS.